Die junge Marke der ZEIT.

leben. studieren. arbeiten.



UNSERE DNA

ZEIT CAMPUS ist die **wichtigste Medienmarke** der **GEN Z** und **GEN Y** und **mit seinen Inhalten dort, wo die Leser:innen und Nutzer:innen sind.**

MAGAZIN

ONLINE

SOCIAL MEDIA

BEWEGTBILD

PODCAST

EVENT

Wir machen



Katharina Meyer zu Eppendorf, 30, ist Redakteurin. Einmal konnte sie ihre Lieblingshunderasse in einem Text erwähnen: Golden Retriever.



Jan Lichte, 32, ist Art Director und handelt seit der Story über Trade Republic mit Aktien. Leider hat er keine Ahnung und schon Miese gemacht.



Frauke Schnoor, 38, ist unsere Bildredakteurin und hat für diese Ausgabe herausgefunden, dass Münzen in Wackelpudding schwimmen können.



Berit Dießelkämper, 27, recherchiert gern auf TikTok und hat der Redaktion ihr eigenes Jugendwort des Jahres geschenkt: belastend.



Ulrike Bach, 64, entdeckte Hemingway im Studium, reiste wie er durch Frankreich, Kuba, Spanien und erklomm den Kili. Heute liest sie uns.



Martina Kix, 36, hat vor drei Jahren die Chefredaktion übernommen und angefangen zu studieren. Jetzt ist sie fertig und dieses Heft auch.



Leonie Seifert, 34, fing bei uns an und verschlief öfter mal. Fiel niemandem auf, heute ist sie Stellvertretende Chefredakteurin von ZEIT ONLINE.



Thomas Kerstan, 63, hat ZEIT Campus vor 15 Jahren gegründet und freut sich darüber, dass er als Herausgeber noch immer mitmischen darf.



Sabrina Höbel, 25, hat sich ihren Škoda im Lockdown zu einem Camper umgebaut und macht hier Zwischenstopp als Hospitantin.

Campus

Fotos: Clara Nebeling



Amna Franzke, 27, kann in Spiegelschrift schreiben und ist Team-Leitung Online, seit Juni dieses Jahres auch Mitglied in unserer Chefredaktion.



Cathrin Schmiegel, 31, ist für den Journalismus nach Hamburg gezogen und spricht neuerdings Bayerisch, wenn sie mit ihrer Mutter telefoniert.



Christoph Farkas, 32, schrieb für dieses Heft über Milky Chance und sah die Band in den vergangenen Monaten häufiger als seine Freund:innen.



Beate Zollbrecht, 37, ist Art-Direktorin für unseren Ratgeber Masterstudium, sagt aber, sie selbst habe nie Ratgeber gelesen.



Nina Piatscheck, 38, schreibt über Mode. Was sie wirklich bedauert: dass sie Karl Lagerfeld zu Lebzeiten nie in die Mensa bekommen hat.



Theresa Tröndle, 29, schlief schon auf Perserteppichen im Iran. Aus dem Sammeln von Eindrücken wurde der Drang nach Ausdruck in Texten.



Lea Pürling, 29, erntet am Wochenende in ihrem Schrebergarten Zucchini und unter der Woche am liebsten Lorbeeren für fesche Designs.



Manuel Hartung wurde mit 25 Jahren Chefredakteur (und blieb es bis 27). Jetzt ist er 40 und geht als Herausgeber in den Ruhestand.

15 JAHRE ZEIT CAMPUS

Kennt eigentlich noch jemand Tomte, die Band
von Thees Uhlmann? Im Herbst 2006, als viele in
Indie-Clubs zu deren Song »Ich sang die ganze
Zeit von dir« tanzten, erschien unsere erste Aus-
gabe. Wir gingen dafür mit ihm in seine ehemalige
Mensa und sprachen über die Lust am Provozieren.
Tomte gibt es nicht mehr, ZEIT Campus schon.
In 15 Jahren sind 90 Ausgaben mit 10.750 Seiten
erschienen, seit fünf Jahren in unserem Ressort
auf ZEIT ONLINE 1080 Texte. Wir haben über erste
Vorlesungen und letzte Hausarbeiten geschrieben,
über Abstürze und Triumphe. Wir haben mit
Forscher:innen, Astronaut:innen und Künstler:innen
gesprochen. Und immer wieder mit euch. Heute
haben wir mehr als 90.000 Leser:innen, mehr als
96.000 Follower:innen auf Social Media. Auf euch,
auf uns, auf die nächsten 15 Jahre!

Text: Torben Becker, Cathrin Schmiegel; Haare & Make-Up: Emily Ewerwahn; Foto Manuel Hartung: Vanessa Nicette

CROSS-MEDIAL

Das ZEIT CAMPUS Redaktions-Team **denkt** und **entwickelt alle Kanäle zusammen**. Das macht ZEIT CAMPUS zu einer **starken**, **kreativen** und **lebendigen**, **crossmedialen** **Marke**.



WOFÜR WIR STEHEN

ZEIT Campus **bereichert** und **empowert** junge Leser:innen und **begleitet** sie durch eine der aufregendsten Lebensphasen **auf ihrem Weg durch das Studium und in den ersten Job.**



WOFÜR WIR STEHEN

ZEIT CAMPUS ist **kritisch**, **reflektiert** und **exzellent gestaltet**.

Auf allen Kanälen.
Im **Magazin**, **Online** und auf **Instagram**.



WOFÜR WIR STEHEN

Die ZEIT CAMPUS **Redaktion spürt** die **Themen auf**, **die gerade in der Luft liegen** und **erzählt**, **was Studierende und Berufseinsteiger:innen bewegt**, **woran sie zweifeln**, **wofür sie kämpfen** und **wovon sie träumen**.





WOFÜR WIR STEHEN

ZEIT CAMPUS **blickt optimistisch in die Zukunft** und erzählt die Geschichten der **Visionär:innen der Generation**, die etwas **verändern wollen**.


»Der beste Rapper der Welt bin ich nicht geworden, aber ich studiere immer noch Rap und die Hip-Hop-Kultur«, sagt Bryan Vit.





ZEIT CAMPUS

Im Herzen der jungen Zielgruppe



Wir sind da,
wo Studierende sind

ZEIT CAMPUS ist da, wo Studierende sind: **Zuhause**, in der **WG** und **Wohnheimen**, in **Unis und Hochschulen**, auf dem **Campus**, in **Cafés** und **Bibliotheken**.

Mit rund **30.000 Exemplaren pro Ausgabe**
_Auf dem Campus
_In Studierendenwohnheimen
_In Ersti-Tüten

zusätzlich zum **Abonnement** mit **41.136 Exemplaren** und dem Verkauf am Kiosk hat ZEIT CAMPUS eine **Verkaufte Auflage** von **94.496 Exemplaren**.

Quelle: IVW Q4/2022, Verlagsangabe



Influencen als Magazin

Strahlkraft auf Instagram, Twitter & Co.

Die Themen, die ZEIT CAMPUS setzt, erregen Aufmerksamkeit und werden von bekannten Persönlichkeiten, Influencer:innen, Vordenker:innen und Vorbildern der jungen Zielgruppe aufgegriffen und auf Instagram, Twitter und Co. weiterverbreitet.

ZEIT CAMPUS wirkt über sich selbst hinaus.





Themenvielfalt

Immer in ZEIT CAMPUS

_Diversität
_Mental Health
_Nachhaltigkeit
_Digitalisierung
_Female Leadership
_New Work
_Empowerment

Diese Themen sind fest verankert in der redaktionellen DNA von ZEIT CAMPUS und kommen in jeder Ausgabe vor.

FEMALE LEADERSHIP

Für Schwarze Haut und Haare gibt es bis heute nur wenige Produkte in Deutschland. Wie Nana, Asita und Adelaide das ändern wollen

STOLZ SCH

Viele Unternehmen in Deutschland möchten die Sichtbarkeit der LGBTQIA*-Community fördern. Doch eine Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung und der Uni Bielefeld zeigt: Fast ein Drittel der Befragten versteckt die sexuelle Orientierung oder geschlechtliche Identität vor Kolleginnen und Kollegen, vor Vorgesetzten sind es sogar 60 Prozent. Woran liegt das? Vier Menschen berichten über ihre Erfahrungen.

10

Die Zeit zwischen zwanzig und dreißig ist voller Träume und Möglichkeiten. Statt sie zu leben, fühlt sich unsere Autorin erdrückt. Wie hört die Quarterlife-Crisis wieder auf?

Was will ich vom Leben?

Hasskommentar schreiben
liegen bleiben
Welt retten
Welpen adoptieren
Tinder öffnen
DIY-Projekt starten



ZEIT CAMPUS

leben. studieren. arbeiten









LEBEN	STUDIEREN	ARBEITEN
divers – mitreißend – unterhaltsam Das Ressort bildet die Themenvielfalt aus dem facettenreichen Alltag der Studierenden rund um den Campus und das Leben drum herum ab: Politik und Soziales Engagement, Nachhaltigkeit und Klima, Lifestyle und Mode, Freizeit, Reisen und Kultur, Diversität, Mental Health und Beziehungen.	**informativ – fundiert – engagiert** Das Studium strukturieren, die Finanzen organisieren, ein Auslandssemester einlegen, die Abschlussarbeit verfassen, einen Master machen, promovieren. Worauf kommt es dabei wirklich an? Das Ressort gibt Orientierung und Antworten auf die Fragen, die Studierende beschäftigen.	**zukunftsweisend – inspirierend – serviceorientiert** Die Arbeitswelt verändert sich. Das Ressort gibt spannende Einblicke in Branchen und Berufsfelder, Gründung und Karrierewege, erklärt, was New Work, Female Leadership, Cultural Fit und Digitalisierung bedeuten und wie der Berufseinstieg und eine gute Work-Life-Balance gelingen.



ZEIT CAMPUS

Themen und Termine 2023

Nr.	Thema im Ressort Leben	Thema im Ressort Studieren	Themen im Ressort Arbeiten	EVT	Anzeigen-schluss	DU-Schluss
2/23*	Lifestlye & Fashion	Master-Rankings Psychologie	Karrierewege im Public Sector| Jobstart 2023	07.02.23	06.01.23	12.01.23
3/23	Workplaces – Die richtige Ausstattung für Studium und Berufseinstieg	Auslandsstudium	IT| Finanzen & Versicherungen	11.04.23	08.03.23	14.03.23
4/23	Diversity | Nachhaltigkeit	Promotion	Female Leadership | Engineering	27.06.23	24.05.23	31.05.23
5/23*	Lifestlye & Fashion	Semesterstart | Wohnen im Studium	Karrierekompass | IT	12.09.23	11.08.23	17.08.23
1/24	Finanzen	Master-Rankings	Social Responsibility | Nachhaltigkeit	21.11.23	19.10.23	25.10.23

Themen und Termine vorbehaltlich Änderungen. * Copytest-Ausgabe





ZEIT CAMPUS

Crossmedialer Markenkosmos



ZEIT CAMPUS

Crossmedialer Markenkosmos



ZEIT CAMPUS MASTERSTUDIUM



ZEIT CAMPUS Instagram

TikTok



ZEIT CAMPUS
5x jährlich erscheinendes Magazin



ZEIT CAMPUS ONLINE



ZEIT Studienführer

ZEIT CAMPUS

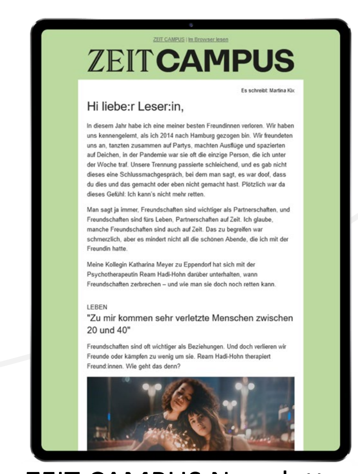


BOA
Berufsorientierungsangebote





ZEIT CAMPUS Veranstaltungen



ZEIT CAMPUS Newsletter



Crossmediale Kommunikation

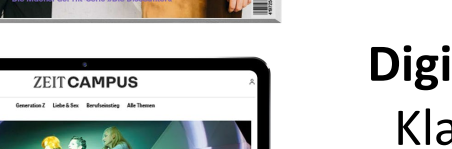
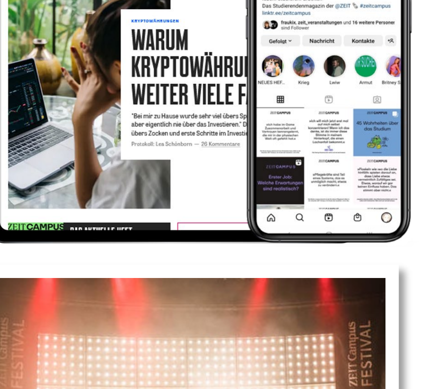
Stark auf allen Kanälen

ZEIT CAMPUS bietet als starke Medienmarke vielfältige Möglichkeiten zur crossmedialen Kommunikation.
Je nach Kommunikationsziel, Budget und Zeitraum erstellen wir daraus gemeinsam mit Ihnen das beste Konzept für Ihre individuelle Kampagne.

_Image _Awareness _Storytelling



Print
_Klassische Anzeigenformate
_Advertorials
_Beiprodukte
_Sonderwerbeformen



Digital
_Klassische Bannerkampagnen
_Newsletter
_Advertorials
_Branded Content
_Content Cards
_Podcasts
_Social Media



Events
_Talks
_Workshops
_Vorträge
_Festivals

Wir lesen die junge Zielgruppe

Die ZEIT CAMPUS Redaktion greift im Magazin ZEIT CAMPUS die **Themen** auf, **die Studierende und Berufseinsteiger:innen aktuell beschäftigen** und erzählt ihre Geschichten.

Wir **platzieren Ihre Botschaft** als Image-Anzeige, aufmerksamkeitsstarke Sonderwerbeform oder Advertorial in diesem **glaubwürdigen Umfeld** und **im Herzen der jungen Zielgruppe.**



Wir vernetzen uns mit der jungen Zielgruppe

Tagesaktuell, hintergründig, meinungsstark und im engen Austausch mit der Community – mit ZEIT CAMPUS ONLINE und ZEIT CAMPUS Instagram erreichen Sie die junge Zielgruppe **überall dort, wo die digitalen Inhalte mobil genutzt werden.**

Native Formate wie Sponsored Posts, Podcasts und Insta Stories bieten neben **reichweitenstarken Bannerkampagnen** vielfältige Möglichkeiten für Ihre **digitale Kommunikation im Umfeld journalistisch hochwertiger Inhalte**.





Wir treffen die junge Zielgruppe

Mit Veranstaltungen von ZEIT CAMPUS **erreichen Sie die junge Zielgruppe** der Studierenden, Absolvent:innen, Berufseinsteiger:innen und Young Professionals **direkt live vor Ort**.

ZEIT CAMPUS Events werden **analog oder digital** ausgerichtet und durch ein umfangreiches **crossmediales Kommunikationspaket** für den Kooperationspartner begleitet.



ZEIT CAMPUS

Print



- **Erscheinungsart:**
  Magazin
- **Copypreis:**
  3,50 Euro
- **Erscheinungsweise:**
  5x pro Jahr
- **Verkaufte Auflage:**
  94.496 Ex. (IVW Q4/2022)
- **Reichweite:**
  484.000 Leser (AWA 2022)
- **Zielgruppe:**
  Studierende, Absolvent:innen und Young Professionals

ZEIT CAMPUS

… ist das junge Magazin der Wochenzeitung die ZEIT und die wichtigste, crossmediale Marke der Gen Z und Gen Y.

… bereichert und empowert seine Leser:innen und begleitet sie durch eine der aufregendsten Lebensphasen auf ihrem Weg durch das Studium und in den ersten Job.

… spürt die Themen auf, die gerade in der Luft liegen und erzählt, was Studierende und Berufseinsteiger:innen bewegt, woran sie zweifeln, wofür sie kämpfen und wovon sie träumen.

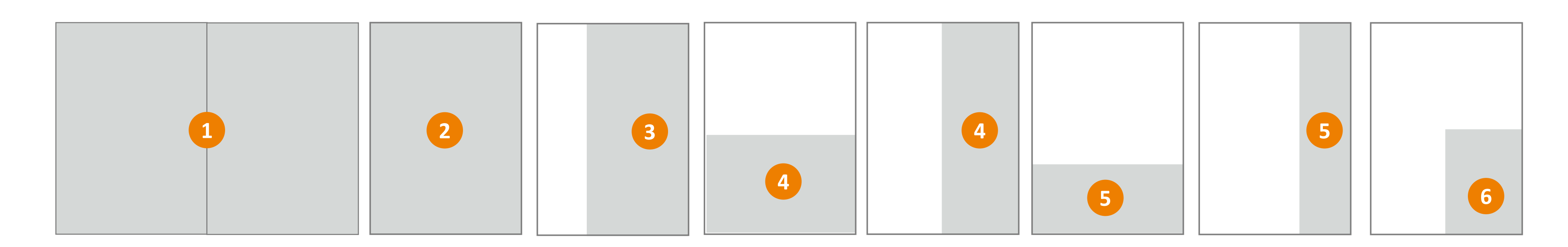
… bietet mit spannenden Reportagen, exklusiven Interviews, Porträts, großzügigen Fotostrecken und fundiertem unverzichtbarem Service eine Themenmischung, die so bunt und einmalig ist wie das Leben der jungen Zielgruppe selbst.

… ZEIT CAMPUS ist da, wo sich Studierende aufhalten: Zuhause, in der WG, in Hochschulen und Wohnheimen, in Cafés und Bibliotheken – mit einem hohen Abonnent:innen-Anteil, dem klassischen Einzelverkauf sowie der persönlichen Verbreitung an zielgruppenaffinen Standorten.

… ist das meistgelesene Karrieremedium (Universum Talent Research 2022).

ZEIT CAMPUS

Preise 2023



	Format	Anschnitt (B x H)	Satzspiegel (B x H)	Grundpreise	Hochschule & Forschung, Schulen & Bildung, Verlage	Kultur
1	Doppelseite	430 x 262 mm	410 x 237 mm	32.802,– €	21.321,30 €	16.401,– €
	Opening Spread	430 x 262 mm	410 x 237 mm	42.640,– €	27.716,00 €	21.320,– €
2	1/1 Seite	215 x 262 mm	188 x 237 mm	17.264,– €	11.221,60 €	8.632,– €
	1/1 Seite: U2*/U4/1. rechte Seite	215 x 262 mm	188 x 237 mm	21.580,– €	14.027,00 €	10.790,– €
	1/1 Seite: U3	215 x 262 mm	188 x 237 mm	21.580,– €	14.027,00 €	10.790,– €
3	2/3 Seite hoch	132 x 262 mm	122 x 237 mm	15.174,– €	9.863,10 €	7.587,– €
4	1/2 Seite hoch	99 x 262 mm	89 x 237 mm	11.222,– €	7.294,30 €	5.611,– €
4	1/2 Seite quer	215 x 131 mm	188 x 117 mm	11.222,– €	7.294,30 €	5.611,– €
5	1/3 Seite hoch	66 x 262 mm	56 x 237 mm	8.923,– €	5.799,95 €	4.461,50 €
5	1/3 Seite quer	215 x 89 mm	188 x 74 mm	8.923,– €	5.799,95 €	4.461,50 €
6	1/4 Seite Magazinformat**	--	90 x 117 mm	6.906,– €	4.488,90 €	3.453,– €

* Bei Buchung eines Opening Spreads wird aus der 2. Umschlagseite die erste linke Seite im Heft.
** Keine Alleinplatzierung möglich.

Für Anschnittformate gilt: Beschnittzugabe an allen Seiten je 5 mm.
Reservierungen für Premiumplatzierungen verfallen, sofern für sie bis vier Wochen vor Anzeigenschluss kein schriftlicher Buchungsauftrag vorliegt.

Alle Preise zzgl. MwSt.

ZEIT CAMPUS

Digital



29,5 Tsd. Follower[1]

70 Tsd. Follower[1]

- **Unique User**
  1,29 Mio. (Ø pro Monat)*
- **Visits**
  1,59 Mio. (Ø pro Monat)**
- **Page Impressions**
  2,14 Mio. (Ø pro Monat)**
- **Zielgruppe**
  Studierende, AbsolventInnen, BerufseinsteigerInnen

ZEIT CAMPUS ONLINE

… begleitet ausgehend von der Frage „Was beschäftigt uns heute?“ das Weltgeschehen aus der Perspektive der 20- bis 30-Jährigen.

… ist tagesaktuell, hintergründig, meinungsstark und im engen Austausch mit seinen Leser:innen.

… vermittelt in Reportagen, Essays und Kolumnen das Lebensgefühl der jungen Generation zu den großen Themen von Politik und Protest über Diversität, Klima und Nachhaltigkeit bis zu Digitalisierung und New Work.

… widmet sich den Themen des Lebens zwischen Abitur und Jobeinstieg von Studienwahl, Auslandsstudium, Master und Promotion über Mental Health, Liebe und Beziehungen, Wohnungssuche, Bewerbung, Berufsstart und New Work bis zu Versicherungen und Finanzen.

… wird mobil optimiert für das Smartphone oder Tablet jederzeit und überall gelesen und ist durch die Social Media Auftritte auf Instagram, Facebook und Twitter mit seiner Community verbunden.

… bietet mit dem Berufsorientierungsangebot (BOA) Serviceangebote für Studierende und Berufseinsteiger:innen.

Quellen: * AGOF daily digital facts (Ø Januar – Oktober 2022) ** mapp (Ø pro Monat 2022) [1] Stand: Januar 2023



ZEIT CAMPUS

Newsletter


ZEIT CAMPUS | Im Browser lesen

ZEITCAMPUS

Es schreibt: Martina Kix

Hi liebe:r Leser:in,

In diesem Jahr habe ich eine meiner besten Freundinnen verloren. Wir haben uns kennengelernt, als ich 2014 nach Hamburg gezogen bin. Wir freundeten uns an, tanzten zusammen auf Partys, machten Ausflüge und spazierten auf Deichen, in der Pandemie war sie oft die einzige Person, die ich unter der Woche traf. Unsere Trennung passierte schleichend, und es gab nicht dieses eine Schlussmachgespräch, bei dem man sagt, es war doof, dass du dies und das gemacht oder eben nicht gemacht hast. Plötzlich war da dieses Gefühl: Ich kann's nicht mehr retten.

Man sagt ja immer, Freundschaften sind wichtiger als Partnerschaften, und Freundschaften sind fürs Leben, Partnerschaften auf Zeit. Ich glaube, manche Freundschaften sind auch auf Zeit. Das zu begreifen war schmerzlich, aber es mindert nicht all die schönen Abende, die ich mit der Freundin hatte.

Meine Kollegin Katharina Meyer zu Eppendorf hat sich mit der Psychotherapeutin Ream Hadi-Hohn darüber unterhalten, wann Freundschaften zerbrechen – und wie man sie doch noch retten kann.

LEBEN

"Zu mir kommen sehr verletzte Menschen zwischen 20 und 40"

Freundschaften sind oft wichtiger als Beziehungen. Und doch verlieren wir Freunde oder kämpfen zu wenig um sie. Ream Hadi-Hohn therapiert Freund:innen. Wie geht das denn?

- **Erscheinungsweise:**
  wöchentlich, dienstags
- **Abonnenten:**
  45.500
- **Zielgruppe:**
  junge Menschen zwischen Abitur und Berufseinstieg: Studierende, Absolvent:innen und Berufseinsteiger:innen

Der ZEIT CAMPUS Newsletter

… ist ganz nah dran: am Studium, am Leben, am Berufseinstieg.

… geht wöchentlich an 45.500 Empfänger:innen.

… enthält alle Neuigkeiten rund um die Themen, die die junge Zielgruppe zwischen Abitur und Jobeinstieg aktuell beschäftigen: Von Studienwahl, Auslandsstudium, Master und Promotion über Mental Health, Liebe und Beziehungen, Wohnungssuche, Bewerbung, Berufsstart und New Work bis zu Versicherungen und Finanzen.

… bietet zusätzlich exklusive Infos und wertvolle Tipps von der Redaktion.

… folgt der gewohnten Ressort-Struktur des Magazins Leben, Studieren und Arbeiten und bietet Ihnen damit die Möglichkeit Ihre Newsletter-Anzeige im passenden Themenumfeld zu platzieren.



ZEIT CAMPUS

Events

Mit Veranstaltungen von ZEIT CAMPUS erreichen Sie die junge Zielgruppe direkt – live vor Ort an den Universitäten und Hochschulen oder digital am Laptop, Tablet oder Mobiltelefon.

ZEIT CAMPUS Connect bietet Spannende Live-Talks mit Expert:innen und interaktive Workshops mit renommierten Coaches, bei denen Studierende, Absolvent:innen und Berufseinsteiger:innen gezielte Hilfestellungen für einen selbstsicheren Einstieg in den neuen Job, die Organisation ihrer Finanzen oder andere Lebensfragen erhalten.

Das Format ZEIT CAMPUS ZUKUNFTSFRAGEN bringt Studierende und Unternehmen zusammen. Expertinnen und Experten aus der Wirtschaft, Wissenschaft und Lehre diskutieren gemeinsam mit Studierenden aktuelle Themen rund um den Berufseinstieg.

Erfolgreiche Frauen aus bekannten Unternehmen treffen bei TALENTS@ZEIT auf leistungsstarke Studierende, Absolvent:innen und Young Professionals mit besonderem Interesse an Wirtschaft zum persönlichen Gespräch.

Beim ZEIT CAMPUS Festival bietet das junge Magazin der ZEIT angesagten Bands und DJs, beliebten Comedians und spannenden Vordenker:innen eine Bühne, um mit den Leserinnen und Lesern bei Live-Musik, gekühlten Getränken und klugen Gesprächen die Rising Stars der jungen Zielgruppe zu feiern.

ZEIT CAMPUS Events werden analog oder digital ausgerichtet und durch ein umfangreiches crossmediales Kommunikationspaket für die Kooperations-partner:innen begleitet.









ZEIT CAMPUS MASTERSTUDIUM

Print



- **Erscheinungsart:**
  Magazin
- **Copypreis:**
  3,95 Euro
- **Erscheinungsweise:**
  1x in 2023
- **Verkaufte Auflage:**
  60.000 Ex. (Verlagsangabe)
- **Zielgruppe:**
  Studierende, angehende Bachelor-Absolvent:innen

ZEIT CAMPUS MASTERSTUDIUM

… ist der unverzichtbare Ratgeber für Studierende und angehende Bachelor-Absolvent:innen.

… unterstützt die Leser:innen mit wertvollen Tipps und Erfahrungsberichten bei der Entscheidung und Bewerbung für ein Masterstudium.

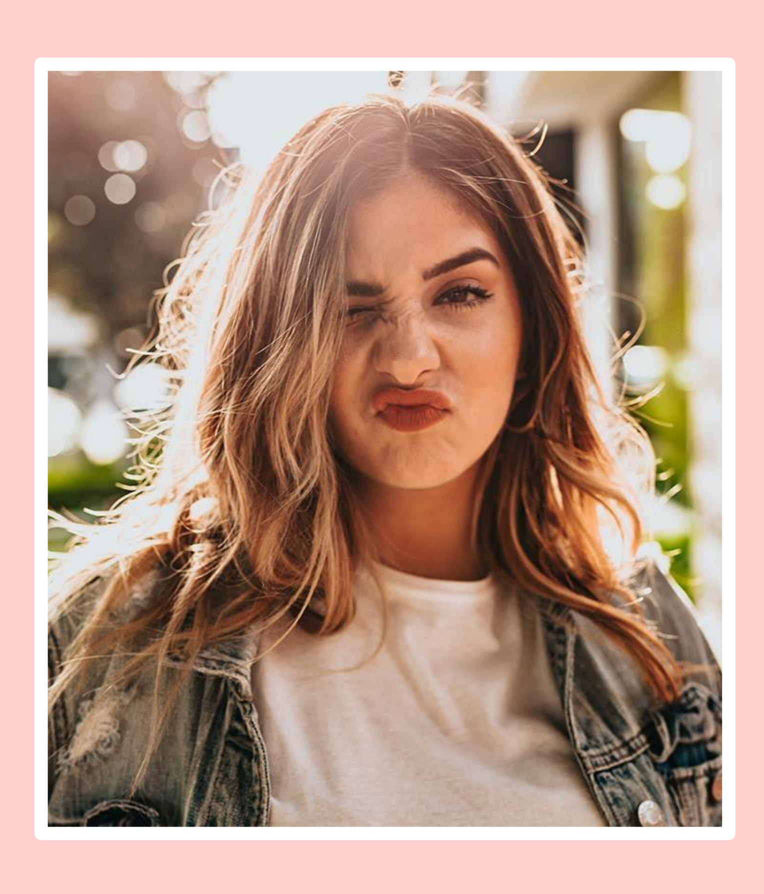
… greift auch begleitende Themen wie Studienfinanzierung und Versicherungen auf.

… bietet klug ausgewählte Informationen und eine klare thematische Gewichtung.

… ist monothematisch und nutzwertorientiert.

… ist Bestandteil des ZEIT CAMPUS-Abonnements und wird sowohl im Einzelhandel als auch direkt in den Mensen und Cafeterien der Hochschulen sowie in Teilen zu besonders geeigneten Veranstaltungen verkauft.





ZEIT CAMPUS

Unsere Leser:innen Ihre Zielgruppe



ZEIT CAMPUS

Leserschaftsdaten





ZEIT CAMPUS LeserInnen
484.000
Abiturient:innen, Studierende, Absolvent:innen und Berufseinsteiger:innen lesen ZEIT CAMPUS

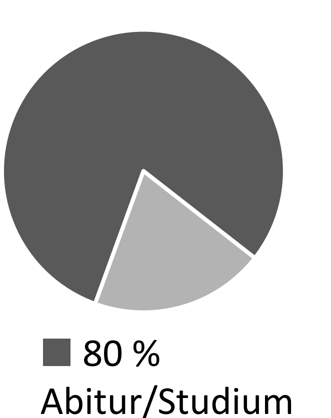
Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status: 168.000 ZEIT CAMPUS Leser:innen gehören zur Stufe 1-2.

Geschlecht



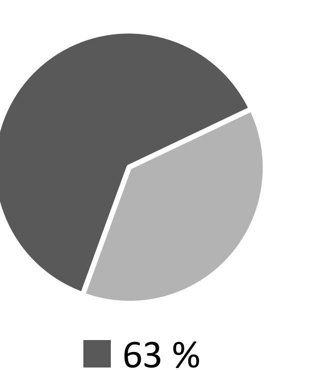
51% Frauen
49 % Männer

Abitur/Studium



80 % Abitur/Studium

Interessen



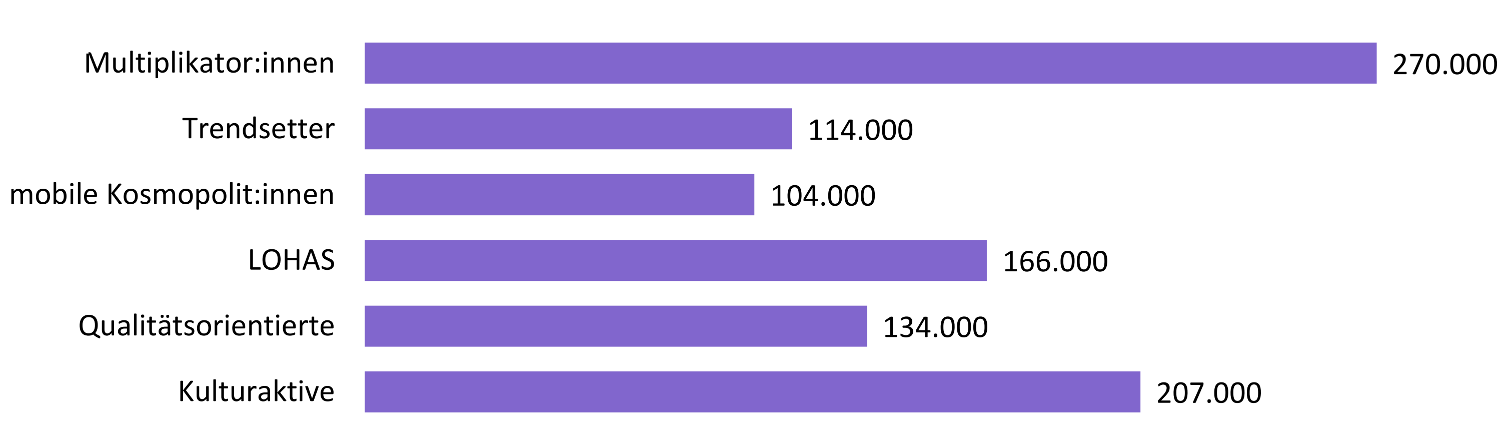
63 % sehr breites/breites Interessenspektrum

Nachhaltiger Konsum



für 73 % spielen Nachhaltigkeitsaspekte eine große/ größere Rolle

ZIELGRUPPEN, TYPOLOGIEN



Quelle: AWA 2022 Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren

Gute Gründe für ZEIT CAMPUS

„Dinge, die einen zwischen 20-30 beschäftigen...Quarterlife-Crisis und so was ;-).“

„Empfehlung von Freunden.“

„Viele Fragen/Unsicherheiten, die mich selbst beschäftigen, werden auch oft in euren Artikeln thematisiert und analysiert. Es ist schön andere Blickwinkel auf die Themen zu lesen.“

„Es werden Themen aufgegriffen, die junge Leute einfach beschäftigen und man kann sich genau in diesen Themen und Problemen wiederfinden.“

„ Persönliche Geschichten, Inspiration.“

Quelle: ZEIT CAMPUS Copytest 2022

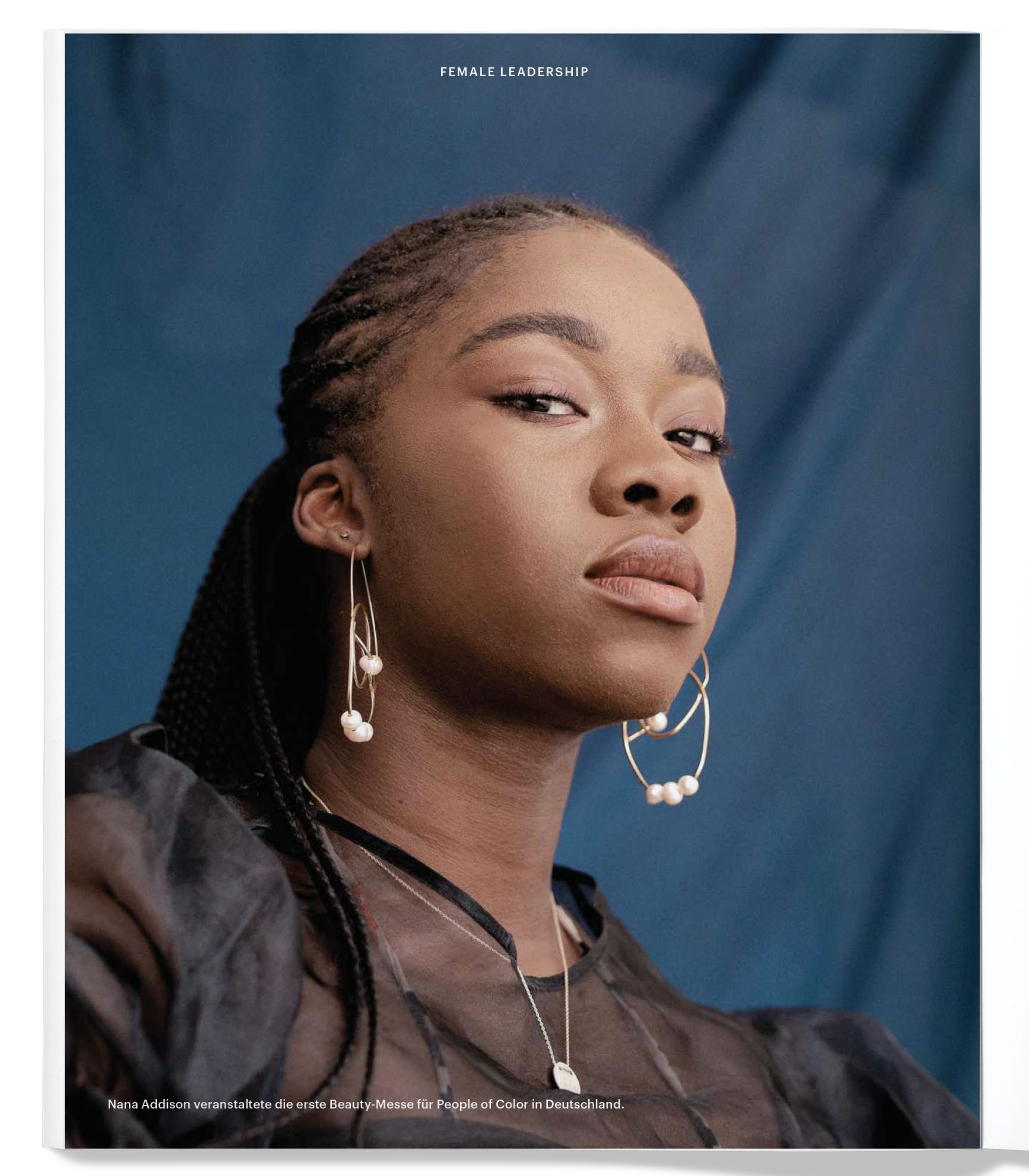
80 % der Leser:innen **finden**, dass **ZEIT CAMPUS** und **ZEIT CAMPUS ONLINE authentisch** aus Perspektive von Studierenden berichten.

(Aserto Zielgruppen Studie im Auftrag von ZEIT CAMPUS 2021)



ZEIT CAMPUS ist das **meistgelesene Karrieremedium** in Deutschland.

(Universum Talent Research 2022)



ZEIT CAMPUS hat eine **Anzeigenbeachtung von 88 %.**

(ZEIT CAMPUS Copytest 2022)



GESCHICHTE

37

de
ieren

Lea Hsu, 25, studiert Medizin und arbeitet als Kontaktverfolgerin (Foto rechts). Lisa-Marie Fischaler, 27, schreibt ihre Masterarbeit während des Lockdowns zu Hause (Foto links).

Für **76 %** der

ZEIT CAMPUS Leser:innen

haben **Print-Medien**

einen **hohen Stellenwert.**

(ZEIT CAMPUS Copytest 2022)



ZEIT CAMPUS Leser:innen sind **mehrheitlich weiblich** und im Schnitt **25 Jahre alt**.

(Aserto Zielgruppen Studie im Auftrag von ZEIT CAMPUS 2021)





ZEIT CAMPUS Leser:innen **leben überwiegend urban,** zumeist im Studienort, **häufig in WGs** und eher selten bei den Eltern.

(Aserto Zielgruppen Studie im Auftrag von ZEIT CAMPUS 2021)



Die Ingenieure von Climeworks entwickeln Anlagen, die CO_2 aus der Luft saugen. Können sie so den Klimawandel aufhalten?

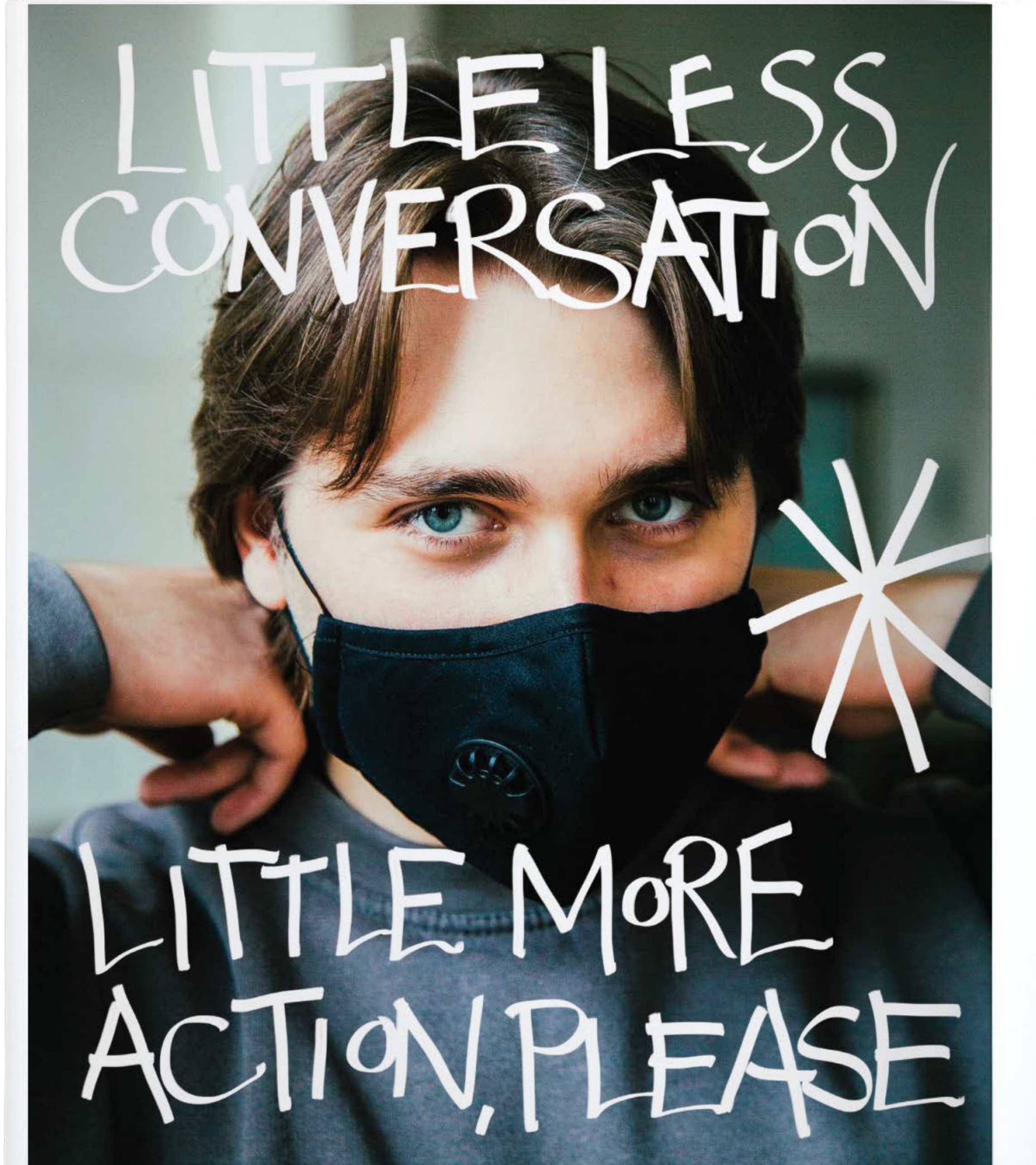
ZEIT CAMPUS Leser:innen kommen häufig aus einem **akademischen Haushalt** und **wählen mehrheitlich die Grünen**.

(Aserto Zielgruppen Studie im Auftrag von ZEIT CAMPUS 2021)



ZEIT CAMPUS Leser:innen haben einen **hohen inhaltlichen Anspruch** und wollen eine **relevante Rolle in der Gesellschaft** einnehmen.

(Aserto Zielgruppen Studie im Auftrag von ZEIT CAMPUS 2021)



für ihre
nt: Das
en und
verbot

Für **64 %** der Leser:innen ist ZEIT CAMPUS nach Freunden und Familie die **wichtigste Informationsquelle für gesellschafts-politische Themen**.

(Aserto Zielgruppen Studie im Auftrag von ZEIT CAMPUS 2021)



WIR FREUEN UNS AUF SIE



SALES NATIONAL

Nicolas Gauert
Director Account Management National
Telefon +49 211 887 3586
nicolas.gauert@iqm.de

Andreas Wulff
Head of Account Management
Telefon +49 40 30183 156
andreas.wulff@iqm.de

Sandra Oerke
Senior Account Manager
Telefon +49 40 30183 194
sandra.oerke@iqm.de

Susanne Janzen
Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 2344
susanne.janzen@iqm.de

Oliver Mond
Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4536
oliver.mond@iqm.de

Anne Sasse
Senior Account Manager
Telefon +49 89 545907 15
anne.sasse@iqm.de

Carsten Thum
Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4126
carsten.thum@iqm.de

Natalie Wesemann- Otte
Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 1319
natalie.wesemann-otte@iqm.de

Eva-Maria Guckes
Sales Consultant
Telefon +49 69 24 24 4511
eva-maria.guckes@iqm.de

Yvonne Lau
Sales Consultant
Telefon +49 40 30183 157
yvonne.lau@iqm.de

Christian Leopold
Sales Consultant
Telefon +49 69 2424 4510
christian.leopold@iqm.de

SALES INTERNATIONAL

Gerda Gavric- Hollender
Director Sales International Print
Telefon +49 211 887 2343
gerda.gavric-hollender@iqm.de

Darwin Santo
Director New Business International
Telefon +49 211 887 2371
darwin.santo@iqm.de

Bettina Goedert
Senior Sales Consultant International
Telefon +49 211 887 1336
bettina.goedert@iqm.de

iq media marketing gmbh | Ein Unternehmen der HANDELSBLATT MEDIA GROUP | Toulouser Allee 27 | 40211 Düsseldorf | www.iqmedia.de/kontakt

